

**О. Стриго***Белорусский государственный университет*

## СТУДЕНЧЕСТВО КАК СУБЪЕКТ МОДНОГО ПОВЕДЕНИЯ

Студенчество является социальной группой, наиболее остро реагирующей на перемены, происходящие в современном трансформирующемся обществе. Сегодняшняя молодежь участвует в модернизации страны, в проведении реформ, а постоянно меняющиеся условия жизни вынуждают молодых людей приспосабливаться к новым реалиям, вести постоянный поиск новых форм идентичности, вырабатывать свою жизненную позицию.

Ориентация молодежи на внешние формы идентификации, заставляет ее использовать, в условиях турбулентного общества, возможности моды как интегратора поведения социальных групп.

Как фактор ценностной ориентации, мода влияет на поведение студенчества (политическое, экономическое, религиозное, в сфере повседневной жизни и т.д.), на формирование структуры потребностей и системы ценностей. В области моды вырабатываются и модифицируются стандарты поведения молодого человека и социальные образы вещей. Влияние моды на идентификационные процессы студенчества как социальной группы реализуется при помощи социальных функций моды, которые в совокупности детерминируют ее ролевое участие в интеграционных процессах студенчества.

Многие исследования проблем молодежи указывают на то, что сегодня «культ моды, вещизма, потребления овладевает сознанием и приобретает универсальный характер, что сказывается на стремлении большей части молодежи ориентироваться на внешние признаки принадлежности к той или иной группе». [1, с. 138] И именно мода, модные течения, стили, модные вещи и направления, модные стандарты поведения позволяют реализоваться этой потребности.

Прежде всего, студенчество как субъект модного поведения – это группа (общность), которая «осознает модные новинки, их социальную и личностную значимость» [4], переживает по «этому поводу определенные эмоции, которые регулируют» [4] его поведение, «приводят к отказу от диктата прежней моды» [4].

Как субъект модного поведения студенчество относится к «потребителям моды».

Сегодня в студенческой среде все, начиная от выбора вуза и заканчивая выбором личного окружения и употреблением тех или иных слов, в той или иной степени подвержено влиянию моды. В сознании студента мода представлена в виде ценности – цели, которая определяет характер жизнедеятельности человека как в плане взаимодействия его с предметным миром, так и в плане взаимодействия с социальной средой и самим собой.

Модное поведение студенчества особенно явно проявляется в мегаполисах, поскольку именно в них концентрируется огромное количество культурных образцов в любой сфере деятельности. Данное обстоятельство обуславливает, тем самым, выбор

альтернатив, что создает необходимое условие функционирования моды – избыточность поступающих в сферу модной коммуникации культурных образцов.

Активное участие студенчества в моде отчасти объясняется ее социализирующей функцией, т.е. приобщением индивида к социальному и культурному опыту.

Интерес к моде у студентов есть поиск своей идентичности. Важно не только содержание собственно модных стандартов, но и сам факт следования неким нормативным образцам, участие в социальной жизни как таковой.

Ориентация в модном поведении обязательно включает в себя мотивы следования моде. Следуя моде, молодой человек способствует символизации, формированию, укреплению своего «Я», своей личностной идентичности, самосознания, причем преимущественно в демонстративных и игровых формах.

В качестве основного мотива следования моды студенчество опирается на подражание своей референтной группе. Поэтому мода является одним из основных средств для студента, чтобы подчеркнуть свою принадлежность к своей социальной группе и в то же время выделить себя из однородной группы как индивидуальность.

В мотивационном механизме следования моды возникает процесс сложного взаимодействия на двух уровнях одновременно: с одной стороны, между бескорыстными и эгоистическими элементами мотивации каждого конкретного студента, с другой – между разными студентами.

В студенческой среде статус молодого человека определяется как в соответствии с достижениями и способностями, гарантирующими успех в выполнении специализированной функции накопления знаний или группы функций, так и возможностями приобретения новинок моды и соблюдения норм выбранной им социальной группы. Поэтому можно сказать, что в студенческой среде преобладает единая основная цель – «успех», включающий «общественное признание и хорошие результаты в какой-либо сфере деятельности» [4]. Содержание этой основной цели будет меняться в зависимости от конкретного характера функциональной роли. Но каково бы, ни было это содержание, оно включает в себя одновременно и эгоистические, и бескорыстные элементы. «Бескорыстный элемент» состоит, прежде всего, из двух компонентов: из бескорыстного стремления «хорошо учиться» в соответствии с требованиями, выдвигаемыми высшим учебным заведением, и бескорыстного принятия моральных стандартов, которые управляют этой деятельностью. Кроме того, «бескорыстный элемент» состоит из бескорыстного стремления быть членом определенной социальной группы в соответствии с требованиями, выдвигаемыми членами этой группы, и бескорыстным принятием моральных стандартов этой социальной группы. В эгоистическом элементе в большинстве случаев преобладает заинтересованность в признании, в высоком положении внутри группы, с которой идентифицировал себя студент. Это выполняется прямо и косвенно символами статуса, среди которых видное место занимают новинки моды.

Тенденция модного процесса к постоянному движению и инновациям многократно усиливается в условиях глобализации мирового сообщества, инициирующей развитие массовой коммуникации и информационных потоков. Поэтому с уверенностью можно утверждать, что как социальное явление мода, по-видимому, не только не исчезнет в ближайшем будущем, но с течением времени в условиях существования «общества потребления» будет приобретать все более сильное влияние на молодое поколение.

---

1. Дорфман, Л.Я. Стиль человека: психологический анализ / Л.Я. Дорфман, В.Н. Дружинин, К. Коростелина. – М., 2008.-237 с.

2. Дубин, С. Апология модности / С. Дубин; Новое литературное обозрение. – Москва, 2008. – № 33.

3. Дунаева, Е.А. Социология молодежи / Е.А. Дунаева. – М., 2007.-465 с.

4. Данкова, Ж.Ю. Особенности современной молодежной культуры / Ж.Ю. Данкова

// <http://www.ostu.ru/conf/soc2004/trend4/dancova.htm>